



Cahiers d'études africaines

193-194 | 2009
Tourismes

Le tourisme et les images exotiques

The Tourism and the Exotic Images

Jean-Paul Colleyn et Frédérique Devillez



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/etudesafriaines/18839>

DOI : 10.4000/etudesafriaines.18839

ISSN : 1777-5353

Éditeur

Éditions de l'EHESS

Édition imprimée

Date de publication : 20 juin 2009

Pagination : 583-594

ISBN : 978-2-7132-2207-8

ISSN : 0008-0055

Référence électronique

Jean-Paul Colleyn et Frédérique Devillez, « Le tourisme et les images exotiques », *Cahiers d'études africaines* [En ligne], 193-194 | 2009, mis en ligne le 25 juin 2009, consulté le 19 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/etudesafriaines/18839> ; DOI : 10.4000/etudesafriaines.18839

Jean-Paul Colleyn & Frédérique Devillez

Le tourisme et les images exotiques

Le tourisme, la prise d'images documentaires et l'anthropologie sont historiquement liés puisqu'ils font partie de l'expansion de l'Occident. Un fait paraît d'ailleurs incontournable : ce sont toujours les mêmes qui visitent et les mêmes qui sont visités (Crick 1989 ; Bruner 1989). Nelson Graburn (1983) a même qualifié l'anthropologie de plus haute forme de tourisme. L'histoire du cinéma passe par une mise en images systématique du monde, comme en témoignent les premières entreprises, celles des frères Lumière, d'Edison, puis d'Albert Kahn qui envoyèrent des opérateurs dans les quatre coins de la planète. Aujourd'hui, cette mise en images se poursuit, à mesure que progresse la « touristification » du monde. Le tourisme n'a donné naissance à une véritable industrie, qu'après la Seconde Guerre mondiale, avec les congés payés, lorsque les classes moyennes européennes et américaines ont pu bénéficier des progrès des transports. C'est un bon point d'entrée pour observer l'état du monde, car c'est un fait « social total » dont l'étude touche à toutes les grandes questions de l'anthropologie. Le tourisme n'est-il pas le thermomètre des relations Nord-Sud, centre-périphérie, riches-pauvres ? Les relations entre touristes et « touristiqués » sont-elles forcément inégales ? Les populations visitées sont-elles les victimes ou les bénéficiaires de ces relations ? Le tourisme valorisant l'authenticité, les traditions se réinventent-elles partiellement pour répondre à la demande touristique ? Le tourisme ne révèle-t-il pas les ambiguïtés des notions d'identité, de « dépaysement » et de traditions ?

L'histoire du tourisme, en tout cas, est une histoire du regard : regard dirigé vers l'autre, regard retourné vers soi. C'est le sens de la programmation de films consacrés à ce thème par l'édition 2008 du Cinéma du Réel, le festival du film documentaire de la Bibliothèque publique d'information, qui s'est tenu au Centre Georges Pompidou, à Paris. En choisissant de rassembler une centaine de films autour de la figure du tourisme, ce festival nous invite à interroger notre regard et notre quête de l'authenticité dans

la relation instaurée à l'autre et au monde¹. Il propose une lecture des films présentés comme le résultat d'une réflexion des cinéastes sur le tourisme et le regard qu'ils posent sur ce type de rencontre entre « étrangers ». « Le déni de la situation de touriste est en effet le propre du touriste » (Bulot 2008 : 141). Qu'il s'emploie à superposer par le voyage ce qu'il voit à ce qu'il imaginait voir, où qu'il rêve de découvrir des territoires inexplorés, le touriste désire avant tout croire à une double authenticité : celle de ce qu'il découvre et celle de la relation qu'il entretient au monde. Or, la condition de l'explorateur contemporain, qu'il soit ethnographe, documentariste ou simple voyageur, semble bien être celle de l'impossibilité d'accéder à cette authenticité. Marc Augé (1997) a parlé à ce propos d'« impossible voyage ». Les films montrés déclinent les modalités d'une renonciation progressive, en allant pour leurs auteurs jusqu'à revendiquer le statut de touristes, voire à en jouer. Comment faire de l'acte de voyager ou de filmer une expérience plutôt qu'une simple consommation du monde ? Comment échapper à la mise en images comme reproduction de ce que nous savons déjà ? (Neyrat *et al.* 2008 : 169).

Le tourisme a à voir avec l'image, l'imaginaire et l'imagerie. L'image qu'on donne du monde lointain, l'imaginaire qu'il suscite, l'imagerie pittoresque où on le cantonne souvent.

Les premières images du cinéma sont liées à l'exploration, car le cinéma voyage pour ses spectateurs, ces « voyageurs immobiles des salles obscures », ce qui induit une grammaire cinématographique cherchant à reproduire le mouvement (de Pastre 2008 : 167). La télévision prendra la succession de la salle Pleyel, raillée par Claude Lévi-Strauss dans la première page de *Tristes Tropiques*. Le Cinéma du réel a montré plusieurs films du premier « travelogue » et inventeur du terme : Burton Holmes (1870-1958). Infatigable *globe-trotter*, il fit l'équivalent de six fois le tour du monde, prenant 30 000 photographies et des kilomètres de pellicule. Ses images illustraient ses conférences, d'abord sous forme de diapositives, puis de films ; ses livres se vendaient comme des petits pains². Parfait *gentleman* aventurier, il annonce la galerie de conférenciers et de vedettes de télévision, de Martin et Osa Johnson à Jean-Yves Cousteau, en passant par Lowell Thomas. Bien que très respectueux des hommes qu'il rencontrait aux antipodes, Holmes s'inscrivait dans la grande entreprise d'appropriation du monde de son époque, comme en témoigne le titre de son autobiographie : *The World is Mine* (Holmes 1953).

1. Le Cinéma du Réel a proposé de tracer un parallélisme entre cinéma et tourisme, à travers l'histoire de la vision et du regard, en montrant plus de quatre-vingt films, tournés du début du siècle à aujourd'hui sur tous les continents, avec une grande diversité de formats et de styles : travelogues, films d'exploration, films ethnographiques, satires, et même faux documentaires, docufictions, fictions et films d'artistes. Cette chronique n'est ni exhaustive, ni exclusive, car nous avons ajouté quelques films marquants.
2. <www.burtonholmes.org/life/bio.html>.

Le gommage du contexte au profit du cliché primitiviste est présent dès l'origine : s'il fallait argumenter sur le caractère illusoire de l'authenticité, il suffirait de répertorier le nombre des premiers films « ethnographiques » qui ont été tournés dans les foires coloniales ou les réserves indiennes (Jordan 1992). L'image fonctionne comme la réserve, elle fige. Lors du tournage du dernier film qu'ils consacrèrent aux Mursi du sud de l'Éthiopie, qu'ils fréquentent depuis 35 ans, le cinéaste Leslie Woodhead et l'anthropologue David Turton furent surpris des changements intervenus. Les femmes et les enfants qui les accueillirent arboraient une tenue étonnante : leur corps était décoré de motifs étranges, en boue séchée colorée, leurs oreilles et leurs bras étaient parés de lourds ornements, les femmes portaient dans leur lèvre inférieure des plateaux d'une taille impressionnante. Quelques touristes, chargés, eux, d'appareils, les mitraillaient de photos en échange de quelques monnaies. Un aîné familier de l'anthropologue et du cinéaste leur expliqua que bien sûr tout cela était très nouveau pour les Mursi, mais que c'était ce qu'aimaient les touristes : ils ne veulent photographier que les femmes et achètent tout ce qu'elles portent : bracelets, dents d'hippopotame et même cloches de vaches. Les gains d'une seule « femme à plateau » permettent de reconstituer le troupeau d'une famille appauvrie par la sécheresse et la guerre. Turton, avec modestie — il a passé des années sur le terrain et a appris la langue des Mursi —, concéda « face caméra », que l'anthropologue n'est lui aussi qu'une sorte particulière de visiteur et qu'il contribue également aux changements qu'il déplore.

Le cinéma peut en revanche interroger le portrait d'une culture figée par la « mise en réserve » : le film *Safari au Xingu* d'Yves Billon et Jean-François Schiano (1983) constate l'ambiguïté d'une solution boiteuse entre une culture institutionnellement préservée (et constamment soumise aux marchandages) et l'assimilation.

L'authenticité est un malentendu, une valeur que l'on pourrait identifier comme le « mauvais objet », le tourisme dénié serait un mauvais tourisme, à la fois produit et producteur d'une imagerie aux effets pervers. Toute une idéologie liée aux frustrations du monde industriel veut faire croire à l'authenticité comme valeur suprême, comme principal instrument d'une catharsis ou plus modestement d'une cure. Le touriste des antipodes veut trouver l'autre ; s'il n'y trouve que soi, il ne peut cacher sa frustration ni son sentiment de s'être fait rouler. Car, en vérité, lui-même n'aime pas les touristes et s'efforce de s'en distinguer : il désire être seul face à une virginité culturelle, tout en bénéficiant de « prestations » dignes de sa société d'origine. On retrouve le cercle vicieux du marché de l'art « primitif » dénoncé par Resnais et Marker (1953) dans *Les Statues meurent aussi* : le culte rendu à l'objet tue l'objet. Pour avoir quelque valeur, il ne faut surtout pas que le masque ait été taillé « pour un blanc », « il faut qu'il ait dansé », qu'il ait été fait pour l'autre. Revenons à l'imagerie du monde riche : dans la sphère publique, les images de la diversité culturelle proviennent surtout des explorateurs, des promoteurs, des écrivains-voyageurs, des *reporters*,

des photographes, des cinéastes et, marginalement, des chercheurs, lesquels souvent portent sur l'exotisme de masse un jugement négatif. Leurs travaux, toutefois, alimentent, qu'ils le veuillent ou non, toute cette « idéologie touristique ». Pour le meilleur ou pour le pire, l'anthropologie, ou plutôt, l'ethnologie, doit sa popularité aux images, d'abord à travers les supports visuels — dans les musées et les expositions internationales du XIX^e et du début du XX^e siècles, puis les livres et articles, dans la période qui va des années 1920 à la moitié des années 1970, puis, à nouveau, aux moyens audiovisuels, avec la télévision (MacClancy & McDonagh 1996 : 17). Il faut aujourd'hui ajouter Internet, car le tourisme y est omniprésent et alimente la nouvelle mise en images du monde. En évoquant de manière pittoresque et sensationnelle les lieux et les peuples qu'elle propose à la consommation, l'imagerie touristique façonne non seulement la demande touristique, mais aussi l'offre, car dès le moment où ce créneau paraît plus lucratif que le secteur économique primaire, les gens essaient comme ils le peuvent de se conformer à ce que l'on attend d'eux. Les images reçues, comme on dit les « idées reçues », modèlent les goûts et les attentes. L'authenticité étant une valeur particulièrement demandée, la promotion touristique se charge de la mettre en avant et, au besoin, de la réinventer (Amselle 2005 ; Doquet 2006 ; Salazar 2005).

Les documentaristes ne sont pas forcément formés à l'anthropologie ou à la sociologie, mais les meilleurs d'entre eux sont de fins observateurs du social. Leurs intuitions ont parfois précédé les recherches des spécialistes, tant sur le plan formel (la recherche de nouvelles formes documentaires) que sur le plan théorique (le dépassement du positivisme, les interactions sociales, les contextes d'énonciation de la parole, la place de l'auteur dans la description). Toutefois, la plupart des programmes relèvent plutôt des « travelogues », partageant le même imaginaire que les guides, les livres touristiques, les cartes postales et la publicité. Les secteurs les plus « sérieux » du paysage audiovisuel français n'échappent pas au tropisme racoleur. Voici, par exemple, comment le *Nouvel Observateur* commente le programme « Mille et une vie : la Nouvelle-Zélande »³ : « Parfois les Maoris acceptent de parler devant la caméra, et l'entretien est magique [...]. Et tout le monde afflue là, en quête de révélation sublime depuis le film de Peter Jackson *Le Seigneur des anneaux* »⁴. Ailleurs, le même magazine se repaît de ce dont il se moque, commentant le reportage sur la virée de stars dans le monde pauvre : « Avec Adriana Karembeu chez les Amharas, sur les Hauts-plateaux d'Abyssinie. On croirait une poupée Barbie géante égarée au pays des minipouces [...]. À l'image des précédentes éditions, ce numéro, conçu comme un voyage initiatique à la découverte de l'autre et de soi [...] »⁵.

3. Magazine télévisé « Faut pas rêver » du 11 juillet 2008.

4. Colette MAINGUY, *TéléObs*, juillet 2008.

5. Marjolaine JARRY, *Nouvel Observateur*, *TéléObs*, 7 juillet 2008.

Un film-charnière

Dès 1987, le film *Cannibal Tours*, de Dennis O'Rourke avait pourtant jeté un pavé dans la mare touristique, mais on sait qu'un travail de démystification doit toujours recommencer. Le cinéaste accompagnait un groupe de touristes fortunés qui remontait le fleuve Sepik et filmait leurs interactions avec les Papous. Le film intéressa vivement les anthropologues car il était parfaitement contemporain de la critique postmoderne de l'anthropologie classique par des auteurs venus des études littéraires et des *cultural studies*. *Cannibal Tours* est, en effet, un film « dialogique » (il fait entendre une multiplicité de voix, notamment « indigènes ») et « réflexif » (la place du cinéaste, loin d'être masquée par un style objectivant, est clairement assumée). Jamais le film ne verse dans l'« allochronisme » (qui rejette les « observés » dans un autre temps) dénoncé par Johannes Fabian (1983) : au contraire, comme le note Hart Cohen (cité dans Lutkehaus 1989 : 425), « le film contribue à une ethnographie visuelle de la modernité »⁶. En même temps, O'Rourke est parfaitement conscient que son propre projet rajoute un étage à l'entreprise voyeuriste incarnée par le tourisme. « Les métaphores du processus de mise en images, la nature du regard et le contrôle sur le choix et la diffusion des images [...] qui reflètent le pouvoir inégal propre aux relations entre l'Occident et les autres sont devenus un *leitmotiv* dans l'œuvre de O'Rourke »⁷ (Lutkehaus 1989 : 436). Peter Kubelka (*Unsere afrikareise 1961-1966*), avait déjà filé la métaphore du cannibalisme et de la dévoration comme rapport entre touristes et autochtones, en jouant du montage et des champs-contre-champs explicites et absurdes et en montrant un touriste avide de sensations et de primitivisme. Bien que n'étant pas anthropologue, Dennis O'Rourke, qui se définit comme un artiste, entend nous faire réfléchir sur notre fascination pour le monde « primitif ». Dans le film, les touristes, qui apparaissent comme paternalistes et franchement ethnocentriques, semblent adorer — surtout l'un d'entre eux —, les histoires de sacrifices humains et de cannibalisme. Le dernier jour de leur périple, ils organisent une petite *party* sur leur bateau, se déguisent en Papous, s'affublent de peintures faciales, imitent les danses guerrières et plaisantent à propos des étuis péniers qu'ils ont achetés comme souvenirs. En revanche, la lucidité sociologique et le sens de la réversibilité du regard des Papous interrogés impressionnent : « Certains de nos enfants qui ont été à l'école nous disent : "Ce sont des gens riches qui viennent". Et nous acquiesçons, ils doivent être des fortunés. Leurs propres ancêtres ont fait de l'argent et maintenant, ils peuvent voyager. Nous n'avons pas d'argent, donc nous

6. Voir également à ce sujet COHEN (1984).

7. « Visual metaphors of processes of imaging, the nature of a gaze, and the control over the choice and distribution of images (as in television programming) that represent unequal power inherent in relationships between the West and Others have become a *leitmotiv* of O'Rourke's work. »

restons au village. Nous ne voyons pas d'autres pays. » Dans *Kobarweng or where is your helicopter ?*, de Johan Grimonprez (1992), un néo-Guinéen surprend le cinéaste en lui demandant : « Où est ton hélicoptère ? » car les souvenirs du monde extérieur sont marqués par la Seconde Guerre mondiale. Même retournement dans *The Moon, the Sea, the Mood*, de Philipp Mayrhofer (2008), où une épicière des îles Trobriand exprime son désir d'aller en Hollande, car les belles images avec moulins à vent lui font penser que la nature doit y être très belle. Plus loin, le chauffeur du réalisateur s'étonne du culte que les Européens vouent à Malinowski.

Les derniers « sauvages »

Il existe une sorte de « *hit parade* » des peuples « primitifs », au sens où ils font l'objet d'un engouement particulier : il s'agit toujours de peuples présentés comme irrédentistes, qui refusent l'assimilation et se battent pour préserver leurs « coutumes ancestrales » : les Dogon, les Touaregs, les Maasai, les « Bushmen », les Pygmées. La version idéalisée d'une vie proche de la nature qui ne doit rien aux « horreurs » de la production industrielle paraît plus attirante qu'un dossier décrivant une population qui s'habille de fripes européennes, habite sous la tôle ondulée, produit un « artisanat d'aéroport », recycle les surplus de contrebande et prépare son thé sur des réchauds Butagaz dans des théières importées de Chine. Même au fond de la Papouasie-Nouvelle Guinée, les hôtes de l'anthropologue Stéphane Breton se montrent fascinés par le monde d'où il vient et par les transactions qu'il noue avec eux. Dans *Eux et moi*, Breton (2001) évoque le dégoût qu'il a d'abord ressenti en se livrant au « petit commerce » avec les Papous, toujours friands de trouver un acheteur pour leurs coquillages contre quelques billets de banque. Jusqu'à ce qu'en faisant de ces marchandages et de son trouble les sujets de son film, il se démarque de l'image d'Épinal de l'ethnologue aux motivations certes scientifiques et nobles, mais incompréhensibles pour les « ethnologisés ». Maintenant qu'ils peuvent faire du commerce ouvertement, ils prennent place dans un système symbolique commun. En quelque sorte, Stéphane Breton endosse son habit de touriste, assume l'ambiguïté de la relation et nous rend sensible l'état d'étrangeté ressenti par l'anthropologue face au regard de celui qu'il étudie.

Commerce en tout genre

Dans un monde fait de flux où de plus en plus de gens circulent, de leur plein gré ou contraints et forcés, le tourisme est devenu un fait culturel et un secteur économique majeurs : les lieux et leurs habitants sont devenus des objets de consommation. La France est bien placée pour le savoir, en tant que pays le plus visité du monde, avec ses 78 millions de visiteurs en

2006⁸. Nous nous inquiétons de la perte de pureté des cultures que nous semblons persister à considérer comme exotiques, primitives ou « premières », mais nos propres hauts lieux se sont mis en scène, nos villes se sont découvert des centres historiques et nos régions vantent leurs spécialités locales. La culture française en a-t-elle souffert ? Qui pourrait faire avec sûreté la distinction entre ce qui est commercialement présenté comme français et ce qui serait « authentiquement » français ? Les Français sont-ils devenus « folkloriques » sous l'effet de la commercialisation de leur patrimoine ? Certainement en partie, mais le fait ne semble pas trop les traumatiser, comme le montre l'ironie subtile de Marc Augé dans la série *Clichés* (Augé *et al.* 1994). Les anthropologues se montrent pourtant préoccupés par les effets corrupteurs du tourisme sur les sociétés qu'ils étudient, en particulier en Afrique. Non seulement le tourisme les changerait en parcs d'attraction, mais il modifierait la manière dont leurs membres se perçoivent eux-mêmes (Wang 2000). Il faut dire que l'appétit des touristes ne connaît pas de bornes. Selon Beatriz Jaguaribe (2007), au Brésil, des tournées touristiques sont organisées dans des *favelas* réputées dangereuses pour attirer des touristes désireux d'éprouver physiquement les frissons de l'aventure. Autre exemple extrême : le tourisme sexuel sous toutes ses formes, du plus anodin petit arrangement entre amis à la pédophilie, en passant par les prostitués des deux sexes, les gigolos et les *beach boys*. C'est un phénomène qui affecte aujourd'hui le Kenya, la Gambie, le Sénégal et aussi les Antilles. Récemment, Laurent Cantet a traité ce thème dans son film de fiction *Vers le Sud* (2006), avec l'actrice Charlotte Rampling.

Un sujet qui fâche

Prendre des images apparaît comme un des principaux plaisirs du voyage, et la misère semble prendre une valeur esthétique prisée ; donnant à penser que la souffrance est belle (Reinhardt *et al.* 2007). C'est même parfois un sujet qui fâche, car les « indigènes » n'apprécient guère que les touristes les filment ou les photographient sans demander leur avis (Bruner 1989).

Agarrando pueblo, de Luis Ospina et Carlos Mayolo (Colombie, 1978), montre dans un premier temps le cynisme de deux « documentaristes » prêts à tout pour prendre des images sensationnelles, susceptibles de satisfaire la soif occidentale de misère humaine. Visiblement, le commerce de la pauvreté est rentable, car ces deux amoureux, sexy et poseurs, fanfaronnent et passent allègrement du vol de prises de vue à la consommation de drogues aux bras de jolies filles. Lorsqu'ils vont jusqu'à mettre en scène deux comédiens payés pour jouer les misérables dans un taudis « emprunté » à son propriétaire absent, coup de théâtre : le propriétaire débarque fou furieux et chasse

8. L'expansion.com, 7 février 2007.

toute l'équipe à coups de menaces et d'injures. Mais en réalité, ce coup de théâtre est lui-même mis en scène : l'homme finit par éclater de rire et le spectateur prend conscience que le film entier est un coup monté. Les deux « documentaristes » sont les réalisateurs et ils interviewent le « fou » sur cette expérience de cinéma. Finalement, ce dernier échappe à tous les clichés : celui du pauvre et de l'offensé, mais aussi celui du dénonciateur. Parfaitement conscient des enjeux du tournage, il expose avec beaucoup d'ironie sa vision des choses, loin de tout manichéisme. Un film parodique, un *mock-documentary* qui a le mérite de poser la question d'un tourniquet des regards et de la guerre des images.

*

Une énorme production non critique continue de fabriquer de l'imagerie touristique plus ou moins commerciale, mais de nombreux films, dans la foulée de *Cannibal Tours*, interrogent le jeu de miroirs du « réel » et de ses images. Anthropologues et documentaristes savent aujourd'hui que de la réalité surgit dans le spectacle et que le spectacle crée du réel. Globalement, l'anthropologie visuelle a traité du tourisme en prenant les films documentaires comme sources, bien plus qu'elle n'a contribué à la fabrique des images, laissant la tâche aux documentaristes. Par ailleurs, la position des anthropologues semble avoir évolué, passant de la dénonciation des mystifications de la culture de masse à des études plus fines des pratiques touristiques, voire à une défense d'un tourisme « équilibré », comme solution alternative aux impasses du développement (Strecker 2000). Le rapport filmant-filmés a, lui aussi, évolué : les seconds ont cessé d'être les sujets passifs d'un rapport de domination pour s'inscrire dans des rapports négociés. Tandis que les auteurs s'interrogent sur la manière dont ils exercent le pouvoir de mettre en images les « sujets » de leurs films, il arrive que ces derniers revendiquent leur image et s'efforcent de la contrôler. Bien des groupes humains sont devenus des prolétaires d'un nouveau type : avec les sécheresses successives et la crise des matières premières, leurs bras sont devenus inutiles et ils vendent la dernière chose qu'il leur reste : leur culture, dont ils se sont aperçu qu'elle était monnayable. Ironie de l'histoire des idées : à l'heure où les anthropologues ont enfin surmonté la conception essentialiste des cultures naguère quasiment considérées comme des espèces naturelles, la « touristification » d'une part et les revendications des minorités d'autre part, produisent de l'identité à tour de bras, comme nouvelle stratégie de lutte ou d'adaptation au monde actuel. Sans doute faut-il distinguer un essentialisme culturel « stratégique », émanant de groupes en lutte pour la défense de leurs droits et un essentialisme naïf, émanant de réalisateurs à la recherche d'une pureté perdue ou soucieux du sauvetage de patrimoines menacés. Si l'image risque toujours de figer les cultures en voulant les préserver, un peu comme le disait Roland Barthes de la photographie, elle

peut aussi restituer les efforts de recomposition et d'invention à l'œuvre sur les terres d'accueil du tourisme. Enfin les touristes eux-mêmes évoluent et se montrent de plus en plus soucieux de marier l'éthique et le tourisme, une idéologie nouvelle qui mobilise une nouvelle rhétorique (durable, solidaire, culturel, écologique) déjà absorbée par les opérateurs économiques.

Centre d'études africaines, EHESS, Paris.

FILMOGRAPHIE

AUGÉ, M., DE CLIPPEL, C. & KAPNIST, E.

1994 *Clichés (Disney sur Marne, Châteaux en Bavière, L'Affaire Waterloo, L'Ascension du Mont-Saint-Michel)*, Vidéo couleur 4 13 min., Paris, Ina-Acmé-Film-La Sept/Arte.

BILLON, Y. & SCHIANO, J.-F.

1983 *Safari au Xingu*, 27 min., 16 mm couleur, France, distribution Zarafa films.

BRETON, S.

2001 *Eux et moi*, 63 min., vidéo couleur, France, production Les films d'Ici-Arte France.

BRODSKY, B.

1917-1918 *Beautiful Japan*, 133 min., 35 mm noir et blanc, USA, production The Benjamin Brodsky Moving Pictures Company, distribution Human Studies Film Archive/National Anthropological Archives, Smithsonian Institution.

CANTET, L.

2006 *Vers le sud*, 1 h 55 min., 35 mm couleur, France, édition DVD ; Éditions Montparnasse.

GRIMONPREZ, J.

1992 *Kobarweng or « Where is your Helicopter » ?*, 25 min., vidéo couleur et noir et blanc, Belgique-États-Unis, production Johan Grimonprez, distribution Zapomatik, coll. Centre Pompidou.

HOLMES, B.

1913 *Burton Holmes in the Philippines*, 10 min., 35 mm noir et blanc, USA, Burton Holmes Films.

1918 *Sights of Suva*, 10 min., 35 mm noir et blanc, USA, Burton Holmes Films.

1933 *Darkest Africa*, 5 min., 16 mm noir et blanc, USA, Burton Holmes Films.

JAGUARIBE, B.

2007 *Overexposed Favelas : Urban Representations and Media Visibility*, Communication orale à la conférence *Visual Democracy*. University of Rio de Janeiro, Northwestern University.

KUBELKA, P.

1961-1966 *Unsere afrikareise*, 12 min., 16 mm couleur, Autriche, Coll. Centre Pompidou.

MAYROFHER, P.

2008 *The Moon, the Sea, the Mood*, 47 min., video couleur, France-Allemagne, production Sciapode-Mayrofher.

O'ROURKE, D.

1987 *Cannibal Tours*, 72 min., 35 mm couleur, Australie, production Dennis O'Rourke, CameraWork.

OSPINA, L. & MAYOLO, C.

1978 *Agarrando pueblo (Les vampires de la misère)*, 28 min., 16 mm couleur et noir et blanc, Colombie, production Satuple.

RÉALISATEUR INCONNU

1909 *Gwalior, ville de l'inde anglaise*, 5 min., 35 mm couleur, France, Pathé.

RESNAIS, A. & MARKER, C.

1953 *Les statues meurent aussi*, 30 min., noir et blanc, Paris, Tadié Cinéma, Présence Africaine.

WOODHEAD, L. & TURTON, D.

2001 *Fire Will Eat Us*, 75 min., vidéo couleur, Granada TV, Éthiopie, Disappearing Worlds.

BIBLIOGRAPHIE

ACTES DE LA RECHERCHE EN SCIENCES SOCIALES

2007 « Nouvelles (?) frontières du tourisme », numéro spécial, 170, décembre.

AMSELLE, J.-L.

2001 *Branchements : anthropologie de l'universalité des cultures*, Paris, Flammarion.

2005 *L'art de la friche. Essai sur l'art africain contemporain*, Paris, Flammarion.

AUGÉ, M.

1997 *L'Impossible Voyage. Le tourisme et ses images*, Paris, Payot (« Rivages »).

BRUNER, E. M.

1989 « Of Cannibal, Tourists and Ethnographers », *Cultural Anthropology*, 4 (4) : 438-445.

BULLOT, E.

- 2008 « Du tourisme considéré comme un des Beaux-Arts », *Catalogue du Cinéma du Réel*, Paris, BPI : 141-145.

COHEN, E.

- 1984 « The Sociology of Tourism : Approaches, Issues, and Findings », *Annual Review of Sociology*, 10 : 373-392.

COHEN, H.

- 1988 « Swinging through the Jungle. Review of Cannibal Tours », *Filmnews*, March.

CRICK, M.

- 1985 « Tracing the Anthropological Self : Quizzical Reflections on Field Work, Tourism and the Ludic », *Social Analysis*, 17 : 71-92.
- 1989 « Representations of International Tourism in the Social Sciences : Sun, Sex, Sights, Saving, and Servility », *Annual Review of Anthropology*, 18 : 307-344.

DOQUET, A.

- 1999 *Les Masques Dogon. Ethnologie savante et ethnologie autochtone*, Paris, Karthala.
- 2006 « Construire l'authenticité mandingue : les balbutiements du tourisme dans le Mande », in M. C. DIOP & J. BENOIST (dir.), *L'Afrique des associations*, Paris, Karthala : 51-63.

FABIAN, J.

- 1983 *Time and the Other*, New York, Columbia University Press.

GRABURN, N.

- 1983 « Anthropology of Tourism », *Annals of Tourism Research*, 10 : 9-33.

HOLMES, B.

- 1953 *The World is Mine*, Hollywood, CA, Murray & Gee.

JORDAN, P.-L.

- 1992 *Premier contact-premier regard*, Marseille, Musées de Marseille-Images en manœuvres éd.

LÉVI-STRAUSS, C.

- 1984 [1955] *Tristes Tropiques*, Paris, Plon.

LUTKEHAUS, N. C.

- 1989 « "Excuse Me, Everything Is not All Right" : On Ethnography, Film, and Representation : An Interview with Filmmaker Dennis O'Rourke », *Cultural Anthropology*, 4 (4) : 422-437.

MACCLANCY, J. & McDONAUGH, C.

- 1996 *Popularizing Anthropology*, London-New York, Routledge.

MBAYE DIENG, I. & BUGNICOURT, J.

1982 *Touristes-rois en Afrique*, Paris, Karthala.

NEYRAT, C., AUBRON, H., LARDEAU, Y. & DUHAMEL-MULLER, M. P.

2008 « Fictions du voyage, du touriste, du guide et de la vue », *Catalogue du Cinéma du Réel*, Paris, BPI : 169-172.

DE PASTRE, B.

2008 « De la carte postale animée à la déambulation cinématographique », *Catalogue du Cinéma du Réel*, Paris, BPI : 167-168.

REINHARDT, M., EDWARDS, H. & DUGANNE, E.

2007 *Beautiful Suffering : Photography and the Traffic in Pain*, Chicago, University of Chicago Press.

SALAZAR, N. B.

2005 « Tourism and Globalization : "Local Tour Guiding" », *Annals of Tourism Research*, 32 (3) : 628-646.

STRECKER, I. A.

2000 « The Genius Loci of Hamar », *Northeast African Studies* (« New Series »), 7 (3) : 85-118.

WANG, N.

2000 *Tourism and Modernity : A Sociological Analysis*, Oxford, Pergamon Press.

RÉSUMÉ

Le tourisme s'inscrit dans un contexte de rencontres inégales, car il participe de la conquête du monde par les peuples nantis. Le cinéma, qui construit plutôt qu'il ne reflète une histoire de la vision et du regard, accompagne ce processus. L'un et l'autre sont des objets d'études et de bons postes d'observation pour les anthropologues dont les travaux alimentent, qu'ils le veuillent ou non, l'imaginaire touristique, cinématographique ou non. Cette chronique soulève, à la lumière des films programmés par la dernière édition du Cinéma du Réel (festival de la BPI, au Centre Pompidou), quelques-unes des questions importantes soulevées par ces jeux de miroirs.

ABSTRACT

The Tourism and the Exotic Images. — Tourism is part of an unbalanced exchange between rich and poor. Filmmakers contribute to a history of the vision, the document the evolution of the way explorers, tourists, filmmakers themselves and their hosts, consider each other. Starting from the film shown during the last Cinema du Réel festival (Paris, Centre Pompidou), this paper explores some important questions raised by exoticism, invented tradition, authenticity, and commodification.

Mots-clés/Keywords : Tourisme, exotisme, tradition, films ethnographiques, films documentaires, minorités/tourism, exoticism, tradition, ethnographic films, documentary films, minorities.